



Recensioni

A cura di Anna Baldazzi

Jakob Nielsen, *Web usability*. Milano : Apogeo, 2000, p. 418; **Michele Visciola**, *Usabilità dei siti web*. Milano : Apogeo, 2000, p. 166

Recensita da **Patrizio D'Anna** <drksd@libero.it>, psicologo, Roma

Usabilità. Il termine, comune ai due testi, indica l'oggetto essenziale della comunicazione tramite Internet e del suo immediato sviluppo futuro, secondo gli autori: la facilità di comprensione e d'uso e, soprattutto, l'utilità di un sito per gli utenti che navigano la rete.

L'onda lunga del successo mediatico di questo strumento si sta ormai stabilizzando - sono passati anni da quando l'apertura del sito internet di un noto cantautore fece notizia sui telegiornali di prima serata -, mentre il tentativo di cavalcare il fenomeno dal punto di vista del puro sfruttamento economico - pensiamo agli innumerevoli fallimenti nel tentativo di sostituire Internet in tempi troppo brevi ad abitudini economiche consolidate, dall'acquisto di grandi beni fino alla spesa quotidiana - si è infranto con la realtà di una cultura che, se ha visto la luce, è ancora lungi dalla sua maturità tecnologica. Così, mentre grandi imprese impegnano ancora consistenti risorse economiche e di *staff* per realizzare siti Internet troppo simili a enormi grattacieli nei quali, dopo uno sguardo ammirato, è facilissimo perdersi senza raggiungere il proprio scopo; altri iniziano a ragionare dal basso, osservando lo strumento prima dal punto di vista di chi lo deve utilizzare e poi da quello di chi lo commissiona.

La possibilità di rivedere la cultura che è alla base della progettazione e della realizzazione dei siti viene estrapolata in questi testi grazie a un dettagliato percorso attraverso numerosi tentativi ed errori da parte degli addetti ai lavori, attraverso le diverse cause, gli aspetti ancora trascurati, le opportunità di miglioramento immediato e del prossimo futuro. Ritroviamo così, all'origine del fallimento di un grande portale, problematiche umane antiche quali il lavoro, la mancanza di comunicazione tra gruppi di persone che dovrebbero lavorare a stretto contatto: nel punto più alto la committenza, rappresentata dal cliente esterno come dalla dirigenza interna, spesso incapace di elaborare una serie di obiettivi orientati all'utenza, preoccupata solo di ben figurare di fronte alla concorrenza per spettacolarità e tecnologia

dell'interfaccia, restia a parlare con gli addetti ai lavori che si trovano a realizzare prodotti sulla base di indicazioni scarse e frammentate. Questi ultimi, dal canto loro, spesso non lavorano in *staff*, ma si disorganizzano spezzettando il lavoro nei suoi elementi costitutivi - grafica, contenuti, programmazione, implementazione - con il risultato, nella migliore delle ipotesi, di rallentare i tempi di realizzazione.

L'assenza di una cultura della comunicazione e della collaborazione dirette ed efficaci tra le persone somiglia molto, nei modi e nei risultati, ai vecchi sistemi burocratici che caratterizzavano i sistemi lavorativi nel nostro recente passato.

Il tuffo nel vasto mare tecnologico da parte di grandi e piccoli gruppi finanziari ha avuto come conseguenza immediata un entusiasmo soltanto economico e mediatico, minore sul piano culturale, che alla lunga si è affievolito. In tal modo, aspetti più economici e popolari di Internet, quali la facilità di comunicazione da persona a persona attraverso *e-mail*, *chat*, *forum*, la condivisione di informazioni documentali ed enciclopediche, hanno visto sopravvivere ed incrementare la loro popolarità sulla rete, mentre grandi iniziative finanziarie, banche *on-line*, aste, siti di *e-commerce*, portali di vendita tramite sistemi ancora poco sicuri, segnano il passo quando non hanno già incontrato il fallimento.

Elemento decisivo di tutti gli inutili tentativi di raggiungere il successo nella rete è la sua componente fondamentale di libertà: l'individuo che accede a Internet ha la possibilità in ogni momento di scegliere, se gli piace ciò che vede, se ottiene ciò che cercava, se si sente a proprio agio nella navigazione, se è d'accordo con chi scrive; se una sola di queste condizioni non si verifica, la persona "cliccherà" altrove, scegliendo tra migliaia di proposte sullo stesso argomento, dimenticandosi d'ora in poi del sito che non lo aveva soddisfatto.

Gli autori propongono quindi un'analisi dettagliata di come costruire siti che siano dei veri e propri strumenti per l'utente: usabili, amichevoli, semplici, chiari, leggeri, efficaci.

Progettazione della struttura, dei contenuti, delle grafiche, strumenti di navigazione, di ricerca delle informazioni, impostazione editoriale delle pagine che faranno da interfaccia fra committente e utente, sono tutti aspetti che vengono rivisti alla luce delle recenti esperienze e delle nuove culture, le quali orientano l'economia della produzione alla massima soddisfazione del cliente attraverso semplicità e chiarezza nei processi, flessibilità, comunicazione interpersonale nelle varie fasi della realizzazione.

Ogni fase del processo di realizzazione di un sito, dal disegno del *logo* alla scelta delle grafiche di sfondo, dal singolo *link* alla struttura ad albero, dalle schermate di presentazione alle mappe del sito, vengono estrapolate e ricollocate in un ambito di vera utilità dello strumento che si vuole realizzare, guidando sia il professionista sia il semplice navigatore alla conoscenza di tutti gli aspetti che fanno la differenza fra un sistema ipertestuale utile e navigabile e un carrozzone ricco di effetti speciali, ma privo di contenuti o di uno scopo.

Aspetti altamente tecnici della realizzazione dei siti Internet vengono descritti con chiarezza espositiva, senza scendere dal piano professionale a cui i testi si propongono: così animazioni grafiche, transazioni,

grafiche tridimensionali, interazioni tra *database* e interfacce, sicurezza, visibilità *interbrowser*, *videostreaming* e *audiostreaming*, sono analizzate nei dettagli tecnici, con lo sguardo sempre rivolto al risultato finale, vale a dire l'utilità per chi naviga.

Il dettaglio della ricerca arriva a toccare temi spesso trascurati, quali l'usabilità per utenti disabili - le interfacce alternative per ipo e non vedenti, gli *hardware* e i *software* di integrazione per le persone con *handicap*, le possibilità di progettare settori dedicati di un sito - e l'usabilità internazionale dei siti - scelta di implementazione di aree multilingui, utilizzabilità dei sistemi di caratteri diversi da quelli occidentali.

Semplicità, efficacia, orientamento all'utente e al risultato costituiscono le linee guida per realizzare siti, portali, sistemi di Intranet capaci di conseguire i propri obiettivi che siano economici, di intrattenimento, di miglioramento dei sistemi lavorativi. Per raggiungere un simile scopo, è necessario rivedere la cultura nell'ambiente informatico, studiare gli strumenti secondo una prospettiva mirata, lavorare alla realizzazione di un sito osservando ogni singolo passo del processo proprio con questa visione.

© AIDA - Mail to [Webmaster](mailto:Webmaster@aidainformazioni.it) - Creato 2002-12-30